

Politique Anticorruption du Groupe

Version 3



Table des Matières

NOTRE ENGAGEMENT	3
A. CONNAITRE LES COMPORTEMENTS PROHIBES.....	5
1. QU'EST CE QUE LA CORRUPTION ?.....	6
2. LA CORRUPTION D'AGENTS PUBLICS.....	7
3. LA CORRUPTION DANS LE SECTEUR PRIVÉ	7
4. LE TRAFIC D'INFLUENCE	8
5. LA SOLLICITATION ILLEGALE - CONCUSSION.....	9
6. LES PAIEMENTS DE FACILITATION	10
7. LA TENUE DE COMPTES ET DE REGISTRES FRAUDULEUX	11
B. CONSEILS PRATIQUES POUR ÉVITER LES COMPORTEMENTS À RISQUE	12
1. GESTION DES RELATIONS D'AFFAIRES	13
1.1. Les principes fondamentaux	13
1.2. Les divertissements.....	15
1.3. Les repas	16
1.4. Les cadeaux	17
1.5. Les voyages et l'hébergement	18
1.6. Le sponsoring, les événements de Marketing & Communication et des Ventes	20
2. LES CONTRIBUTIONS POLITIQUES ET DONS À DES FINS CARITATIVES.....	22
2.1. Les contributions politiques	22
2.2. Les dons caritatifs	23
3. LES CONFLITS D'INTÉRÊTS	25
4. LA REPRESENTATION D'INTERETS - LOBBYING.....	26
5. LA DILIGENCE RAISONNABLE À L'ÉGARD DES TIERS.....	26
6. <i>JOINT-VENTURES</i> , CONSORTIUMS ET FUSIONS ET ACQUISITIONS	28
7. SIGNALER LES MAUVAIS COMPORTEMENTS - SPEAKUP	29



La corruption est en totale opposition avec ce que Capgemini défend.

Fondée il y a plus de 50 ans par Serge Kampf sur un socle de valeurs fondamentales, Capgemini a toujours été intransigeante vis-à-vis des pratiques commerciales déloyales et de la corruption.

Afin de rester fidèles à nos Valeurs, nous devons être capables de reconnaître les situations à risque et être en mesure de les gérer. Cette Politique Anticorruption présente les différentes formes de corruption et les règles à suivre afin de protéger notre Groupe contre la corruption et assurer notre intégrité. Elle fournit des conseils illustrés par des scénarios pratiques et explique comment obtenir de l'aide.

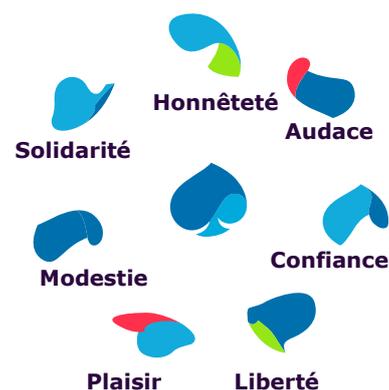
En tant que Directeur Général, mon devoir et mon engagement sont de prévenir, d'interdire et de sanctionner les comportements qui vont à l'encontre des valeurs et de l'éthique de Capgemini. Je compte sur vous pour vous conformer à cette Politique.

Bien à vous,

Aiman Ezzat, Directeur Général

L'objectif d'une politique de prévention de la corruption

Nos collaborateurs sont fiers de notre succès fondé sur nos Valeurs, dont l'honnêteté et la confiance. Nous avons mis en place un Code d'Éthique des affaires en 2010 et une Politique Anticorruption avant même que cela ne devienne une obligation légale. Depuis 2016, le Groupe Capgemini se conforme aux dispositions de la loi française n° 2016-1691 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique - loi dite « Sapin 2 » - qui requiert une Politique Anticorruption ainsi que la mise en œuvre d'un programme y afférent. Le Groupe Capgemini s'engage également à respecter toutes les autres lois anticorruption applicables, dont la loi américaine *Foreign Corrupt Practices Act* (« *FCPA* ») et la loi britannique *UK Bribery Act* de 2010 (« *UKBA* »). La loi Sapin 2 s'applique à toutes les filiales du Groupe. Le *FCPA* et le *UKBA* ont également des effets extraterritoriaux.



Quels sont les objectifs de notre Politique Anticorruption ?

Conformément à nos sept Valeurs, notre Politique anticorruption témoigne de l'engagement de l'instance dirigeante à prévenir et détecter la corruption : Capgemini a une tolérance zéro envers la corruption. Le premier objectif de cette Politique Anticorruption consiste à identifier et clarifier les différentes formes de corruption et comportements prohibés. Chaque collaborateur du Groupe - quels que soient son pays d'origine, son lieu de travail, sa résidence, sa formation, son environnement culturel et ses fonctions - doit comprendre ces notions et mesurer les risques et sanctions induits.

Le deuxième objectif consiste à préciser les règles du Groupe pour les comportements à risque – tels les cadeaux, repas ou divertissements et parrainages – pouvant mener à des pratiques de corruption ou être interprétés comme telles. En appliquant ces règles, nous défendons et protégeons nos sept Valeurs.

Le troisième objectif consiste à rappeler notre conviction, selon laquelle l'honnêteté favorise la compétitivité et la responsabilité sociale. En laissant l'intégrité guider nos actions quotidiennes – de la recherche au marketing, des tâches de routine au développement stratégique – nous préservons et assurons la durabilité du Groupe pour nos clients, partenaires commerciaux, collaborateurs et la société dans son ensemble.

À travers la diffusion de notre Politique Anticorruption, nous réaffirmons notre volonté de garantir à nos clients l'excellence de nos prestations et de nos opérations ; à nos actionnaires, la pérennité de notre modèle économique ; à nos collaborateurs et partenaires commerciaux, la fierté et la confiance dans notre environnement professionnel.

Respect de notre Politique Anticorruption et sanctions

Cette édition annule et remplace les versions antérieures de notre Politique Anticorruption - ou « Code de Conduite Anticorruption » - dans chaque juridiction où le Groupe est présent, après traduction et intégration dans nos règles internes conformément au droit local. Notre Politique Anticorruption doit être considérée comme une adjonction au règlement intérieur pour les sociétés du Groupe Capgemini en France.

Elle est distribuée à tous les collaborateurs via l'Intranet Talent et disponible sur les sites internet publics de Capgemini. Tous les collaborateurs doivent la lire, la comprendre et la respecter. Son respect est une condition d'emploi. La violation des dispositions de notre Politique Anticorruption par un collaborateur est susceptible de faire l'objet de sanctions disciplinaires allant jusqu'au licenciement de l'intéressé(e), sans préjudice d'éventuelles poursuites et sanctions civiles, pénales et/ou administratives ; quels que soient la société et le lieu d'activité concernés.

Notre Politique Anticorruption sera revue et mise à jour afin de tenir compte des changements législatifs et réglementaires et, a minima tous les trois ans.



A. CONNAITRE LES COMPORTEMENTS PROHIBES

Cette section présente les principaux comportements prohibés que sont la corruption, le trafic d'influence, les sollicitations illégales — ou concussion — les paiements de facilitation et les écritures comptables frauduleuses.

Ces exigences s'appliquent à tous les collaborateurs des sociétés du Groupe Capgemini et à tous les niveaux. Il est attendu des tiers interagissant avec une société du Groupe — consultants, sous-traitants, fournisseurs et autres — qu'ils se conforment également à ces principes généraux.

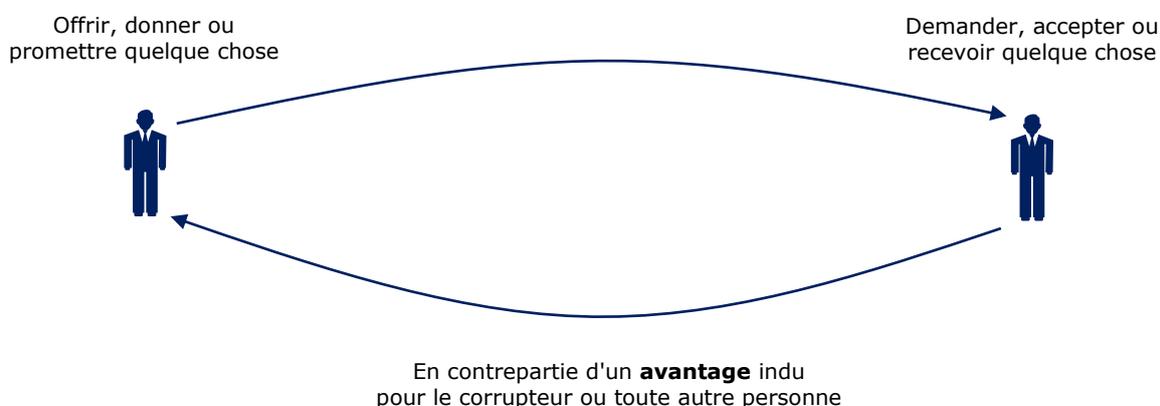


1. QU'EST CE QUE LA CORRUPTION ?

La corruption se définit généralement comme « **le fait de proposer ou d’octroyer quelque chose afin d’obtenir un avantage indu** ». Elle est également définie comme « **le fait de demander, d’accepter ou de recevoir quelque chose afin de fournir un avantage indu** ».

Le « **quelque chose** » peut prendre différentes formes : argent — espèces, virement ou autre — avantages en nature, tels que la participation à des événements marketing et/ou de divertissement, voyages, surclassements de billets d’avion, séjours dans des résidences de vacances, sponsoring, donations caritatives ou encore l’embauche de membres de la famille ou d’amis.

L’« **avantage indu** » peut prendre différentes formes : traitement préférentiel, signature d’un contrat, divulgation d’informations confidentielles, exemption de droits de douane ou dispense de sanction à la suite d’un contrôle fiscal et d’une manière générale tout ce qui influence une personne dans l’exercice de ses fonctions.



Il est important de comprendre que :

- le fait d'offrir ou de donner quelque chose en contrepartie d'un avantage indu, d'une part,
- le fait de demander, accepter ou recevoir quelque chose en contrepartie d'un avantage indu, d'autre part,

sont des pratiques illégales.

Le fait d'autoriser une telle action est également considéré comme un acte de corruption. En outre, la proposition ou l'octroi peut être fait « **à tout moment** », y compris *après* que l'avantage indu ait été accordé.

L'infraction de corruption est constituée par la simple **promesse** d'un avantage indu, même si cet avantage n'est finalement pas attribué. Par ailleurs, l'infraction est constituée quelle que soit la façon de promettre ou d'attribuer l'avantage, que ce soit **d'une manière directe ou indirecte**, c'est-à-



dire par l'intermédiaire d'un tiers.

Le Groupe ne tolère aucune forme de corruption, qu'elle implique un agent public ou le secteur privé, qu'elle soit directe ou indirecte.

2. LA CORRUPTION D'AGENTS PUBLICS

Le fait de promettre, d'offrir ou d'accorder à un **agent public**, directement ou indirectement, un avantage indu, lui-même ou une autre personne ou entité, afin qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte dans l'exercice de ses fonctions officielles, est considéré comme un acte de corruption d'agent public.

Le concept d'« agent public » doit être compris de manière très large. L'« agent public » peut notamment être une personne :

- détenant un mandat législatif, exécutif, administratif ou judiciaire ;
- élu ou nommé pour fournir un service public et/ou exerçant une fonction publique et/ou fournissant un service public, y compris pour un organisme public ou une entreprise du secteur public ;
- salarié d'une société privée aux termes d'un contrat financé par des fonds publics ou passés avec une société détenue ou contrôlée par une collectivité publique ;
- membre de la famille royale ;
- exerçant dans une organisation gouvernementale internationale, ou
- candidate à un mandat politique ou occupant un poste élevé, avec pouvoir décisionnaire, dans un parti politique.

Aux fins de notre Politique Anticorruption, les membres de la famille des agents publics, même s'ils ne sont pas eux-mêmes agents publics, doivent être traités comme tels. Le fait d'octroyer des avantages indus à un membre de la famille d'un agent public entraîne la même sanction que le fait de conférer un avantage indu à l'agent public.

3. LA CORRUPTION DANS LE SECTEUR PRIVÉ

Le fait de promettre, d'offrir ou de conférer quelque chose à une **personne du secteur privé**, afin d'obtenir un avantage indu, est considéré comme un acte de corruption privée.

Par exemple, lorsqu'un fournisseur promet ou octroie un avantage indu en échange d'informations confidentielles au cours de la procédure d'appel d'offres d'une autre entreprise privée, l'acte de corruption dans le secteur privé est caractérisé.

Il est important de comprendre que le fait de promettre, d'offrir ou de donner quelque chose, d'une

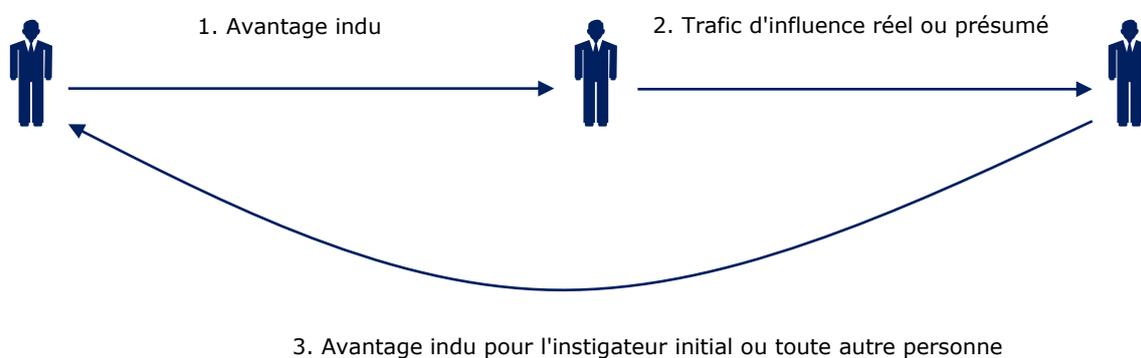


part, et de demander, d'accepter ou de recevoir quelque chose, d'autre part, personnellement ou via un intermédiaire, en échange d'un avantage indu, sont des pratiques condamnées par la loi et une violation de notre Politique Anticorruption.

4. LE TRAFIC D'INFLUENCE

Le trafic d'influence peut être défini comme « le fait de promettre, d'offrir ou d'accorder à une personne, directement ou indirectement, un avantage indu afin que ladite personne abuse de son influence réelle ou supposée en vue d'obtenir un avantage indu d'une administration ou d'une autorité publique pour l'instigateur initial ou toute autre personne ».

Le trafic d'influence se caractérise également par le fait de solliciter ou d'accepter, directement ou indirectement, un avantage indu afin d'abuser de son influence réelle ou supposée en vue de faire obtenir un avantage indu d'une administration ou d'une autorité publique.



Il s'agit d'une forme de corruption.

Certaines législations, comme par exemple celles de la France, du Brésil et de l'Espagne, distinguent l'infraction de corruption de celle de trafic d'influence. D'autres, comme celles des États-Unis, n'opèrent pas cette distinction.

Le Groupe ne tolère aucune forme de trafic d'influence, quels que soient le pays et l'activité concernés.

Scénario pratique

Capgemini entend répondre à un appel d'offres organisé par le Ministère de la Défense d'un pays qui recherche des solutions d'intelligence artificielle. Pendant la procédure d'appel d'offres, vous rencontrez une personne affirmant connaître l'agent public chargé d'évaluer les offres. Il sous-entend qu'en échange de deux billets pour le Grand Prix de Formule 1, il soulignera les avantages de l'offre de Capgemini à l'agent public afin d'influencer la décision finale en votre faveur. Que devriez-vous faire ?



Même si vous pouvez obtenir ces billets, vous devez décliner la proposition. La demande de ces billets en échange de l'exercice d'une influence est inappropriée et vous met dans une situation à risque : en offrant quelque chose - les billets de Formule 1 - à ce contact, afin qu'il use de son influence réelle ou supposée sur un agent public et obtienne un traitement de faveur pour Capgemini, vous essayez d'obtenir un avantage indu. Peu importe que ce contact tienne sa parole ou non : le trafic d'influence peut être caractérisé dès lors que vous lui donnez quelque chose afin d'obtenir un avantage indu.

5. LA SOLLICITATION ILLEGALE - CONCUSSION

La sollicitation illégale peut être définie comme la recherche d'un avantage indu par le recours à la violence, la menace de violence ou la coercition. Le chantage est un exemple de sollicitation illégale.

Certains agents publics abusent de leur statut afin d'obtenir des avantages, en échange par exemple de l'annulation de pénalités lors d'un redressement fiscal. C'est ce que l'on appelle une sollicitation illégale ou une concussion.

La concussion est une forme de corruption.

Le Groupe interdit toute forme de concussion, quels que soient le pays ou l'activité concernés, à moins que la vie ou la sécurité physique d'une personne ne soit en danger.

Scénario pratique

Vous travaillez dans le service immobilier et êtes responsable de la mise à disposition d'une installation pour les collaborateurs. Deux mois avant la date d'échéance, vous vous rendez compte que la licence d'exploitation est intentionnellement retenue en échange d'un paiement de pot-de-vin. Ce retard peut avoir un impact financier conséquent, à hauteur de plusieurs centaines de milliers d'euros. Que devriez-vous faire ?

Une telle demande s'apparente à des faits de concussion et ne peut être acceptée. Même dans des conditions de concussion et lorsqu'aucun avantage personnel n'est en jeu, un collaborateur de Capgemini acceptant de verser un pot-de-vin s'expose personnellement à des amendes pénales et à une peine d'emprisonnement. En outre, l'entité Capgemini pourrait être sanctionnée par des amendes pénales supérieures au coût du retard et d'autres conséquences, comme le fait d'être exclue des appels d'offres de marchés publics. Cela s'ajouterait à l'atteinte à la réputation que Capgemini et le collaborateur pourraient subir. En outre, ce comportement serait contraire à nos Valeurs. **Vous devez signaler cette violation en respectant le processus SpeakUp décrit dans la Section 7.**



COMMENT RÉSISTER À LA CONCUSSION ?

Vous devez tout d'abord consulter votre manager et votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité si vous avez des questions ou si vous avez besoin d'aide.

Pour ceux qui souhaiteraient approfondir le sujet, [*Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions \(RESIST\)*](#) est un outil gratuit proposant diverses recommandations opérationnelles, fondées sur des scénarios pratiques. Le projet a été développé conjointement par la Chambre de commerce internationale (CCI), *Transparency International*, le Pacte mondial des Nations unies et l'Initiative de partenariat contre la corruption du Forum économique mondial.

6. LES PAIEMENTS DE FACILITATION

Les paiements de facilitation peuvent être définis comme de petites sommes versées à un agent public pour accélérer l'exécution d'une mesure administrative de routine à laquelle le payeur a droit. Ils sont destinés à encourager les agents publics à exercer leurs fonctions, par exemple, la délivrance d'une autorisation ou d'un permis. Ils sont souvent payés en espèces.

Les paiements de facilitation sont illégaux dans la plupart des pays.

Effectuer un paiement de facilitation constitue une violation de notre Politique Anticorruption, même si ce paiement est légal en vertu du droit local.

Scénario pratique

Vous avez besoin d'un visa pour votre prochain voyage d'affaires en Inde. Malheureusement, la réunion a été organisée à la dernière minute et vous êtes en retard pour votre demande de visa. Le fonctionnaire de l'ambassade vous propose, moyennant un paiement de 50 dollars australiens en espèces, de vous obtenir le visa demain. Un tel paiement est-il un « paiement de facilitation » prohibé ?

Oui. La rétribution d'un individu à titre personnel pour un service accélérant la délivrance de votre visa, confère un avantage indu en échange d'un traitement préférentiel à votre égard. Il s'agit donc d'un paiement de facilitation prohibé.

Scénario pratique

Vous avez besoin d'un visa pour votre prochain voyage d'affaires en Inde. Malheureusement, la réunion a été organisée à la dernière minute et vous êtes en retard pour votre demande de visa. Un service de « voie rapide » - à un prix officiel et transparent - est disponible à l'ambassade pour obtenir le visa. Un tel paiement est-il un « paiement de facilitation » prohibé ?



Non. Comme il s'agit d'un paiement pour un service de « voie rapide » disponible à un prix officiel et transparent pour toutes les personnes, il ne s'agirait pas d'un paiement de facilitation prohibé.

7. LA TENUE DE COMPTES ET DE REGISTRES FRAUDULEUX

Aucune manipulation ou falsification d'écritures comptables dissimulant une quelconque forme de corruption ou de trafic d'influence ne sera tolérée, quels que soient le pays et l'activité concernés.

Les normes comptables du Groupe décrites dans TransFORM doivent être strictement respectées.

Scénario pratique

Vous travaillez au sein du service de la comptabilité. Joe, un de vos amis travaillant dans le secteur des ventes, est en train de négocier un accord. Sachant que son client est passionné de vin, Joe aimerait lui offrir une bouteille rare d'une valeur de 1 500 euros pour l'impressionner et remporter l'affaire. Joe sait que cette dépense est bien supérieure au seuil des cadeaux autorisé par Capgemini. Au nom de votre amitié de longue date, Joe vous demande d'inscrire cette dépense sur un compte divers. Pouvez-vous le faire ?

Vous ne devez jamais accepter de mal catégoriser un cadeau ou de dissimuler une dépense. La manipulation de registres et de dossiers est une violation de notre Politique Anticorruption et peut entraîner une sanction, pouvant aller jusqu'au licenciement du collaborateur. En outre, notre Politique en matière de cadeaux vise à éviter la corruption. Si Joe offre un cadeau aussi cher, il se met dans une situation pouvant être qualifiée de pot-de-vin, un délit pénal passible d'une amende et d'une peine d'emprisonnement. Si vous acceptez de catégoriser la dépense, vous manipulerez un dossier et risquez de devenir complice de la faute commise. Toute dépense remboursée directement à un collaborateur doit être dûment enregistrée comme un cadeau dans l'outil de remboursement des frais.



B.

CONSEILS PRATIQUES POUR ÉVITER LES COMPORTEMENTS À RISQUE

Cette section présente les principes qui doivent être respectés et les approbations nécessaires afin de protéger notre Groupe contre les risques de corruption. Elle recense des **pratiques courantes et largement acceptées qui, lorsqu'elles sont détournées, peuvent être qualifiées de corruption**. Notre Politique Anticorruption ne couvre pas toutes les situations que vous pourriez rencontrer dans votre vie professionnelle quotidienne. Toutefois, elle fournit suffisamment d'informations pour vous permettre de faire face à un grand nombre de problèmes. Souvenez-vous que vous n'êtes pas seul(e) et que vous devez consulter votre **manager** et votre **Responsable local de l'Ethique et de la Conformité** si vous avez des questions ou besoin d'aide.

Ces exigences s'appliquent à tous les collaborateurs et à tous les niveaux du Groupe. Les tiers qui interagissent avec une société du Groupe - consultants, sous-traitants, fournisseurs, clients et autres - sont également tenus de respecter ces principes.



1. GESTION DES RELATIONS D'AFFAIRES

1.1. Les principes fondamentaux

Tous les événements organisés ou parrainés par Capgemini, ainsi que les divertissements, les repas, les cadeaux, les voyages et l'hébergement — offerts à un tiers ou reçus d'un tiers — doivent satisfaire à tous les **principes fondamentaux suivants** :

1. Il doit être conforme aux lois applicables et à nos Politiques de Groupe ainsi qu'à celles de l'employeur du destinataire ;
2. Il doit avoir lieu dans un but commercial légitime et vérifiable ;
3. Il ne doit pas être fait en vue d'obtenir un avantage indu ni influencer indûment une action ;
4. Il doit :
 - i. avoir une valeur raisonnable,
 - ii. être approprié compte tenu des fonctions du destinataire, des circonstances et de l'occasion,
 - iii. ne pas créer un sentiment d'obligation ou une apparence d'inconvenance,
 - iv. ne pas être raisonnablement interprétable par le destinataire ou d'autres personnes comme un pot-de-vin, et
 - v. ne pas être fréquemment offert à la même personne ou reçu de la même personne.
5. **S'il est destiné à un agent public, le divertissement (1.2), le repas (1.3), le cadeau (1.4) ou le voyage et l'hébergement (1.5) doit néanmoins être autorisé en amont par le Responsable local de l'Ethique et de la Conformité. Notez que dans certains pays, l'offre de ces services est interdite par la loi.**
6. En outre, toutes les dépenses engagées par Capgemini doivent être enregistrées de façon claire et précise dans la comptabilité du Groupe.

Avant d'offrir ou d'accepter un cadeau, un repas ou un divertissement, un voyage ou un hébergement qui dépasse les références définies dans notre Politique en matière de déplacements et de frais professionnels, il est important de vérifier le respect des principes fondamentaux et des conditions supplémentaires de la présente Politique Anticorruption. Consultez votre manager au préalable pour vous assurer que vous êtes tous les deux d'accord. **Toute demande de remboursement supérieure aux seuils définis par pays dans la Politique en matière de déplacements et de frais professionnels pourra être rejetée par votre manager.**

Pour toute question, vous pouvez consulter votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité qui rend des avis écrits.



QUE SE PASSE-T-IL SI LE BÉNÉFICIAIRE A UN POUVOIR DE DÉCISION SUR UNE PROCÉDURE EN COURS ?

Si le bénéficiaire a un pouvoir direct ou indirect sur une procédure en cours ou prévue qui pourrait affecter les intérêts du Groupe, des précautions supplémentaires s'imposent. Dans ce cas, il n'est généralement pas approprié d'offrir un cadeau ou un divertissement.

Les décisions/procédures en suspens ou anticipées qui affectent les intérêts du Groupe comprennent :

- les appels d'offres du secteur privé ou public ;
- les réformes législatives ou réglementaires et l'attribution de subventions; ou
- l'attribution ou la prolongation d'un contrat commercial.

En cas de doute, il est nécessaire de documenter votre offre - divertissement, repas, cadeau, voyage et d'hébergement. L'invitation doit préciser qu'à la connaissance de l'entité du Groupe, l'offre est conforme aux lois applicables, qu'elle est formulée sous réserve de respecter les politiques de l'employeur du bénéficiaire et qu'il incombe au bénéficiaire d'effectuer toute vérification qu'il pourrait juger utile.



1.2. Les divertissements

Les invitations à des événements de divertissement - tels que des pièces de théâtre, des concerts, des manifestations sportives, des conférences, des visites de musées, des séminaires ou des événements Capgemini - sont des occasions légitimes de nouer des relations étroites avec des clients ou des fournisseurs. Toutefois, elles peuvent présenter le risque d'une irrégularité apparente.

C'est pourquoi il est permis d'offrir ou d'accepter des invitations à des divertissements si toutes les conditions suivantes sont remplies :

- Les **principes fondamentaux** (1.1) sont respectés ;
- Les **conditions supplémentaires suivantes** sont remplies :
 - Un collaborateur de l'entreprise du Groupe est présent à l'événement ;
 - Les seuils pour les repas et les invitations externes définis par pays dans notre Politique en matière de déplacements et de frais professionnels doivent être utilisés comme référence. Si la valeur autorisée par l'employeur du tiers est inférieure, vous devez la respecter ;
 - Le divertissement est légal et socialement acceptable.

Toute invitation à un divertissement dépassant les seuils doit être préalablement approuvée par votre manager. Lorsque vous payez des frais et que vous en demandez ensuite le remboursement, l'approbation du manager peut être attestée par la validation de votre demande de remboursement de frais.

Pour toute question, vous pouvez consulter votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité qui rend des avis écrits.

Scénario pratique

Vous supervisez un projet nécessitant de faire appel à des fournisseurs. Au moment de l'appel d'offres, l'un des fournisseurs potentiels vous invite à assister à un match de tennis lors d'un tournoi prestigieux. Quel est le comportement à suivre dans cette situation ?

Vous devez décliner cette invitation. Vous risquez de vous trouver dans une situation de conflit d'intérêts qui peut même être considérée comme de la corruption si le fournisseur attend une compensation indue en échange, comme par exemple des informations techniques confidentielles. Pour rappel, dans le cadre d'un appel d'offres, tous les fournisseurs doivent avoir accès aux mêmes informations.

Vous devez également informer votre manager par écrit de cette proposition et discuter avec elle ou lui afin de déterminer la marche à suivre à l'égard de ce fournisseur.



1.3. Les repas

Il est courant de mener des discussions d'affaires autour d'un repas. Un repas peut être offert à un tiers ou accepté d'un tiers si toutes les conditions suivantes sont remplies :

- Les **principes fondamentaux** (1.1) sont respectés ;
- Les **conditions supplémentaires suivantes** sont remplies :
 - Le repas est directement lié aux affaires - par exemple, il a lieu dans le cadre d'une réunion ou l'objet du repas est de mener des discussions d'affaires ; et
 - La valeur est celle d'un repas de travail selon les normes locales ou autres normes applicables ou selon le cas, compte tenu des fonctions du bénéficiaire, des circonstances et de l'occasion. Les seuils définis par pays dans notre Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels doivent être utilisés à titre de référence. Si les valeurs autorisées dans les politiques applicables du client sont inférieures, vous devez les respecter.

Les invitations à des repas dépassant les seuils doivent être préalablement approuvées par votre manager. L'approbation du manager peut être attestée par l'approbation de la note de frais.

Pour toute question, vous pouvez consulter votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité qui rend des avis écrits.

Scénario pratique

Vous désirez organiser un repas de travail avec votre client(e) et vous vous êtes assuré(e) que tous les principes fondamentaux et les conditions supplémentaires de notre Politique Anticorruption seront respectés, mais la valeur par personne du repas sera supérieure de 25 % aux seuils définis pour votre pays dans notre Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels. Que devriez-vous faire ?

Les seuils définis dans notre Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels pour les repas externes sont des références utiles pour évaluer la conformité avec notre Politique Anticorruption. Toutefois, selon les circonstances, l'occasion et les fonctions du bénéficiaire, il peut être conforme à notre Politique Anticorruption d'organiser un repas dont le prix est au-dessus du seuil monétaire indicatif. Dans de tels cas, il est important d'examiner la situation et peut être utile de documenter les raisons pour lesquelles le repas est justifié et ne présente aucun risque de corruption.

Vous devriez prendre contact avec votre manager pour vous assurer en amont qu'il ou elle partage votre analyse de conformité. Pour toute question, vous pouvez transmettre votre analyse à votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité. Si vous ne prévenez pas votre manager au préalable, il ou elle pourrait rejeter votre demande de remboursement.



Scénario pratique

Lors d'un appel d'offres concurrentiel (« RFP »), vous souhaitez obtenir des informations sur les offres concurrentes. Vous connaissez bien l'un de vos concurrents. Pouvez-vous l'emmener dîner afin d'avoir une conversation informelle ?

Non, cela pourrait être perçu comme un conflit d'intérêt voire même une tentative de corruption. Au cours d'un appel d'offres, vous ne devez jamais inviter un concurrent à dîner et vous devez décliner une telle invitation. De façon générale, vous ne devez jamais tenter d'obtenir des informations non publiques auprès d'un concurrent.

1.4. Les cadeaux

Offrir de petits cadeaux personnels fait souvent partie des coutumes ou de la culture locale. Un collaborateur de Capgemini n'est pas habilité à demander ou à exiger de cadeau. Bien que fortement déconseillé, un cadeau donné ou reçu est autorisé si toutes les conditions suivantes sont remplies :

- Les **principes fondamentaux** (1.1) sont respectés ;
- Les **conditions supplémentaires suivantes** sont remplies :
 - Il a une valeur nominale. Les seuils définis par pays dans notre **Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels** doivent être utilisés à titre de référence. Si les valeurs autorisées dans les politiques applicables du client sont inférieures, les seuils du client doivent être respectés.
 - Il n'est fourni qu'au contact professionnel et non aux membres de sa famille ou ses amis ; et
 - Il n'est jamais donné en espèces ou en équivalent d'espèces – par exemple, sous forme de cartes-cadeaux ou de bons prépayés.

À l'exception des petits cadeaux standards portant le logo de l'entreprise, tout cadeau offert ou proposé doit être approuvé au préalable par votre manager. Si, à titre exceptionnel, le cadeau est acheté directement par un collaborateur, l'approbation du manager peut être attestée par l'approbation de la note de frais.

Pour toute question, vous pouvez consulter votre Responsable local de l'Éthique et de la Conformité qui rend des avis écrits.

Scénario pratique

Un prestataire vous propose une montre avec le logo de son entreprise. Pouvez-vous l'accepter ?

S'il s'agit d'une montre publicitaire de valeur modeste, elle peut être acceptée. Toutefois, si le cadeau est d'une valeur importante, vous devez le refuser. Si son montant est supérieur au seuil défini par pays dans notre Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels, vous devez parler du cadeau à votre manager.



Scénario pratique

Vous vous rendez en Chine pour votre activité professionnelle et le Nouvel An chinois est sur le point de commencer. Vous avez entendu dire que pendant le Nouvel An chinois, il est de tradition de donner des enveloppes rouges avec de l'argent porte-bonheur à l'intérieur, surtout aux jeunes. Les cadeaux étant déconseillés par notre Politique Anticorruption, vous n'avez jamais acheté de cadeau pour un client auparavant. Vous êtes conscient(e) de la nécessité d'offrir un cadeau. Toutefois, que signifie « valeur nominale » en matière de cadeau ? Qu'en est-il des enveloppes rouges contenant de l'argent porte-bonheur ?

Les cadeaux de valeur nominale comprennent généralement les petits souvenirs et les articles promotionnels portant le nom du Groupe ou des marques commerciales - tasses, stylos ou calendriers. Ces cadeaux sont acceptables. Des cadeaux de valeur modeste peuvent être des fleurs, des livres ou des paniers de fruits. Toutefois, en fournissant à votre client des enveloppes contenant de l'argent porte-bonheur pour ses enfants, vous enfreindriez deux fois notre Politique Anticorruption :

1. il est strictement interdit de faire des cadeaux à quelqu'un sous forme d'argent liquide ou équivalent - tels que des cartes-cadeaux ou des bons prépayés ;
2. il est strictement interdit de fournir un cadeau à un contact non professionnel - s'il est destiné aux enfants du client.

Il est donc préférable d'offrir un panier rempli d'oranges - ce qui fait également partie de la tradition.

1.5. Les voyages et l'hébergement

Dans certaines circonstances, il peut être nécessaire de payer les frais de voyage et d'hébergement de tiers - par exemple, pour visiter les locaux de la société du Groupe ou assister à un événement de Capgemini. Toutes ces invitations doivent respecter les conditions suivantes :

- Les **principes fondamentaux** (1.1) sont respectés ;
- Les **conditions supplémentaires suivantes** sont remplies :



- L'invitation ne comprend ou ne couvre pas le coût d'un éventuel voyage annexe ;
- La distance du voyage et la durée du séjour sont raisonnables, appropriées et justifiées par des raisons commerciales légitimes ;
- L'invitation est conforme à notre Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels ;
- Les paiements destinés à couvrir les frais de voyage et d'hébergement des agents publics - lorsque la loi le permet - doivent être effectués directement aux fournisseurs - tels que les compagnies aériennes, les hôtels - ou à l'agence de l'agent public ;
- L'invitation n'est destinée qu'au contact professionnel et non aux membres de sa famille ou ses amis ; et
- Les dépenses ne doivent pas dépasser ce qu'engagerait un collaborateur de statut équivalent d'une société du Groupe pour se rendre à cette même destination.

Les frais de voyage et d'hébergement offerts à des tiers doivent être approuvés au préalable par votre manager.

Les voyages et hébergements offerts par un tiers doivent également respecter les principes énoncés ci-dessus.

Pour toute question, vous pouvez consulter votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité qui rend des avis écrits.

Scénario pratique

L'un de vos clients vous demande de visiter un Centre (« Delivery Center ») de Capgemini en Inde. Vous avez des doutes quant à la personne qui doit payer les frais. Outre les vols et l'hébergement, vous souhaitez organiser un voyage touristique local dans le cadre de la visite. Quelle est l'approche à suivre dans cette situation ?

Il n'y a aucun problème à organiser une visite au sein des locaux de Capgemini. Cependant, vous devez être attentif(ve) aux modalités de voyage et d'hébergement :

1. Vous devez vérifier si votre client est soumis à des restrictions en raison de sa propre Politique Anticorruption ou d'autres Politiques d'entreprise applicables. Si tel est le cas, vous devez les respecter.
2. Si vous payez pour votre client, vous devez respecter les principes fondamentaux (1.1) et les conditions supplémentaires mentionnées ci-dessus. Tout divertissement organisé sur place pour les clients ou tout voyage de visite locale ne doit pas inclure de déplacement ou d'hébergement supplémentaire et doit respecter les règles relatives aux divertissements (1.3).



1.6. Le sponsoring, les événements de Marketing & Communication et des Ventes

Le sponsoring et les événements de Marketing & Communication et/ou des Ventes sont des pratiques commerciales appropriées et légitimes. Il est toutefois important de reconnaître que le sponsoring et les événements de Marketing & Communication et/ou des Ventes inappropriés ou excessifs peuvent constituer une forme de corruption interdite par la loi et par notre Politique Anticorruption.

Capgemini organise ou parraine deux types d'événements :

Les **événements de promotion** sont directement liés à nos activités, tels qu'une exposition, un salon professionnel ou une conférence. Il s'agit généralement de grands événements combinant la publicité interentreprises et la vente personnelle. Ces événements sont l'occasion pour Capgemini d'accroître la visibilité de sa marque et de présenter ses capacités au marché - clients, prospects et partenaires. Ces événements comprennent :

- Les événements clients de Capgemini organisés par nous-même ;
- La participation de Capgemini en tant que sponsor à un événement organisé par nos partenaires commerciaux - par exemple Dreamforce ; ou
- La participation de Capgemini en tant que sponsor à des événements sectoriels ou industriels - par exemple, la Semaine européenne des services publics, le *Mobile World Congress*.

Les **événements non commerciaux** organisés ou parrainés par des dons en argent, biens ou services, généralement dans le but de promouvoir le Groupe Capgemini ou la marque Capgemini - par exemple en échange de la présence de notre marque lors d'un événement et/ou dans les médias. Même si ces événements ne sont pas directement liés aux affaires, ils participent à la visibilité de la marque et à la stratégie publicitaire et promotionnelle du Groupe. Ils donnent l'occasion d'établir un contact privilégié avec nos clients, fournisseurs et partenaires ; ils renforcent également notre attractivité sur le marché des talents. Ces événements peuvent inclure :

- Les événements sportifs, culturels ou de relations publiques organisés par les départements Marketing & Communications, Ventes, RSE ou RH de Capgemini ; ou
- Le parrainage par Capgemini d'un événement organisé par une organisation sportive, culturelle, éducative ou institutionnelle.

Les événements de parrainage, de Marketing & Communication et/ou des Ventes doivent être distingués des dons pouvant être faits à des fondations caritatives, comme décrit au point 2.2 ci-dessous.

> Règles d'approbation du sponsoring et des événements de Marketing & Communication et des Ventes

Les collaborateurs et toute personne ou entité agissant au nom du Groupe Capgemini ne doivent jamais organiser ou parrainer de tels événements, sauf si (i) les **principes fondamentaux** (1.1) sont respectés et (ii) les **conditions supplémentaires** suivantes sont remplies :



- L'événement doit être conforme à la stratégie du Groupe, aux lignes directrices de Marketing & Communication/Ventes, aux sept Valeurs de notre Groupe et au Code d'Ethique des affaires.
- L'avantage en nature pour les tiers - par exemple clients, partenaires, influenceurs du marché invités par Capgemini à la manifestation - doit respecter les règles de base et les conditions supplémentaires relatives aux invitations et divertissements (1.2), aux repas (1.3), aux cadeaux (1.4) et aux voyages et hébergement (1.5).
- Toutefois, les seuils indicatifs fixés dans notre Politique du Groupe en matière de déplacements et de frais professionnels pour les invitations et divertissements (1.2), repas (1.3), cadeaux (1.4) et voyages et hébergement (1.5) ne s'appliquent pas. L'avantage en nature sera apprécié dans son ensemble par les services locaux du Marketing & Communication ou des Ventes en se fondant sur les lignes directrices décrites dans cette section.
- Lors du parrainage de l'événement d'un tiers, l'hôte de l'événement a fait l'objet d'une **diligence raisonnable**, comme indiqué à la Section 5 « Diligence raisonnable à l'égard des tiers ».

Afin de garantir que les événements promotionnels et non commerciaux servent un objectif de promotion et de renforcement de la marque du Groupe et ne créent pas une apparence d'irrégularité, ces événements doivent être approuvés au préalable par écrit par deux signataires :

- Le responsable de l'unité BU/GBL/SBU concernée, selon l'unité à l'origine de la demande, et
- Le(s) directeur(s) Marketing & Communication du pays/SBU/GBL.

En outre, les événements et les activités de sponsoring dont le montant est :

- supérieur à 30 000 € dans les pays à faible risque de corruption - [Indice de Perception de la Corruption de Transparency International](#) supérieur ou égal à 50
- et supérieur à 15 000 € dans les pays à risque moyen et élevé de corruption - [Indice de Perception de la Corruption de Transparency International](#) inférieur à 50

doivent être transmis par le service Marketing & Communication local au **Marketing & Communication du Groupe** pour une validation préalable supplémentaire.

Les directeurs Marketing & Communication des pays/SBU/GBL doivent établir une synthèse consolidée de toutes les activités de sponsoring et événements marketing parrainés ou organisés par les entités présentes dans leur zone géographique pour examen à tout moment. Cette synthèse est envoyée au service Marketing & Communications du Groupe à la fin de l'année.

Tout événement organisé ou parrainé par les équipes des Ventes de Capgemini sans l'implication du service Marketing & Communication est considéré comme un événement des Ventes nécessitant l'approbation du ou des Directeur(s) des Ventes concerné(s) et du responsable de la BU/GBL/SBU - au lieu de l'approbation du service Marketing & Communication.

Il revient aux demandeurs d'effectuer l'analyse de marketing et de conformité et de la soumettre aux responsables et directeurs pertinents - comme décrit ci-dessus - pour approbation.



En cas de doute lors de l'analyse de conformité, les Directeurs Marketing & Communication et/ou des Ventes doivent demander conseil au Responsable local de l'Ethique et de la Conformité. **Si des agents publics sont invités ou impliqués dans l'organisation d'un événement, les Directeurs Marketing & Communication et/ou des Ventes doivent systématiquement consulter le Responsable local de l'Ethique et de la Conformité.**

Scénario pratique

Le Groupe Capgemini sponsorise le Rugby à sept à Dubaï. Pouvez-vous inviter un client ou un partenaire à cet événement et lui offrir le transport et/ou l'hébergement ?

L'activité de parrainage, son financement et l'avantage en nature pour les invités de Capgemini doivent être autorisés conformément aux règles relatives aux parrainages et événements de marketing et de vente (1.6). Profiter de cette activité pour inviter certaines personnes et promouvoir l'image de l'entreprise est possible mais ces invitations doivent :

- Respecter les règles relatives aux voyages et hébergement (1.5) ;
- Être autorisées par les personnes qui ont validé l'opération de parrainage (1.6) ; et
- Respecter les politiques pertinentes du client ou du partenaire.

2. LES CONTRIBUTIONS POLITIQUES ET DONS À DES FINS CARITATIVES

2.1. Les contributions politiques

Le Groupe est présent et actif au sein de la société civile mais a pour principe de ne verser aucune contribution, directe ou par le biais d'un tiers, en espèces ou en nature, à une organisation politique.

Scénario pratique

Un client demande à Capgemini de contribuer au financement de la campagne d'une personne politique. Avez-vous le droit de faire un tel don ?

Non. Il est contraire aux principes de Capgemini de contribuer financièrement à une organisation politique, même si vous la soutenez personnellement.

Scénario pratique

Un candidat politique vous demande de financer sa campagne législative. Avez-vous le droit de le faire ?

Oui, mais seulement si la contribution est faite à titre personnel, n'est pas associée au nom du Groupe et ne bénéficie pas à l'entreprise dans laquelle vous travaillez.



2.2. Les dons caritatifs

Chez Capgemini, nous cherchons à créer un impact positif direct et durable dans les communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons, et à intégrer la responsabilité sociale des entreprises (« RSE ») dans notre stratégie commerciale principale. Toutefois, il est important de reconnaître que les dons caritatifs peuvent créer un conflit d'intérêt ou être interprétés comme une forme de corruption interdite par la loi et par notre Politique Anticorruption.

Il existe deux sources principales de dons caritatifs à Capgemini :

- les dons caritatifs identifiés par la RSE pour faire avancer notre stratégie de RSE ; et
- les dons caritatifs identifiés localement et qui sont axés sur la communauté.

Les **dons stratégiques au titre de la RSE** comptent comme une allocation de ressources RSE s'ils sont conformes à la stratégie publiée par le Groupe en matière de RSE - c'est-à-dire l'inclusion numérique, la durabilité environnementale ou la diversité - et s'ils respectent les exigences légales et fiscales applicables pour être qualifiés de dons.

Les dons caritatifs sont **axés sur la communauté** s'ils sont effectués localement, respectent les exigences légales et fiscales applicables pour être qualifiés de dons mais ne correspondent pas aux critères de notre stratégie de RSE. Un exemple de ce type de dons pourrait être l'achat d'une table lors d'un dîner de gala au profit d'un hôpital local. Ce type de dons caritatifs, souvent initié par des contacts avec des partenaires ou des clients, exige une vigilance particulière pour garantir l'absence de conflits d'intérêts.

> Règles d'approbation des dons caritatifs

Les collaborateurs et toute personne ou entité agissant au nom du Groupe Capgemini ne doivent jamais faire de dons caritatifs, sauf si les **conditions suivantes** sont remplies :

- Il y a suffisamment d'informations concernant l'objet du don pour déterminer s'il est compatible avec les sept Valeurs et le Code d'Ethique des affaires de notre Groupe.
- Le bénéficiaire est une organisation caritative légitime et a fait l'objet d'une évaluation de diligence raisonnable **avant** le don, comme indiqué dans la Section 5 « Diligence raisonnable à l'égard des tiers » ;
- Toute situation potentielle de conflit d'intérêts - même apparente - liée à ce don a été révélée et résolue ;
- Tout autre problème éthique soulevé a été résolu de manière appropriée ;
- Les dons ne doivent jamais être effectués en espèces ni versés sur le compte personnel d'un particulier ;
- Le bénéficiaire s'engage à délivrer un reçu écrit du don, précisant le montant reçu ;
- Le don est enregistré de manière juste et précise dans la comptabilité de la société et celle du Groupe ; et
- Les documents relatifs aux dons doivent être conservés en vue d'éventuels contrôles.



Tous les dons caritatifs doivent être approuvés par le Responsable local de l'Ethique et de la Conformité et par :

- RSE, pour compter comme une allocation de ressources RSE ; ou
- Par le responsable de MU/BU/GBL/SBU / le responsable de GBL/pays GBL, pour les dons effectués axés sur la communauté.

En outre, les dons supérieurs aux seuils indiqués ci-dessous nécessitent l'approbation supplémentaire du Secrétaire général du Groupe Capgemini :

- 15 000 € dans les pays où le risque de corruption est faible - [Indice de Perception de la Corruption de Transparency International](#) supérieur ou égal à 50, ou
- 5 000 € dans les pays où le risque de corruption est moyen à élevé - [Indice de Perception de la Corruption de Transparency International](#) inférieur à 50.

Les Responsables locaux de l'Ethique et de la Conformité doivent établir une synthèse consolidée des dons caritatifs approuvés au nom des entités présentes dans leur zone géographique, pour vérification à tout moment.

Scénario pratique

Vous êtes sollicité(e) sur votre lieu de travail pour faire un don à une organisation caritative. Comment devriez-vous réagir ?

Vous êtes libre de faire un don à une organisation caritative à titre personnel si vous le souhaitez. Toutefois, si vous souhaitez faire un don au nom de la société du Groupe dans laquelle vous travaillez, contactez l'approbateur commercial pertinent et votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité comme indiqué ci-dessus.

Scénario pratique

Un client demande à Capgemini de soutenir financièrement une fondation caritative dans laquelle il siège au conseil d'administration. Comment devriez-vous réagir ?

Cette demande doit être soigneusement examinée pour garantir qu'il n'existe aucun conflit d'intérêts. Un don à une œuvre caritative ne doit jamais être une condition pour le renouvellement d'un contrat commercial, ne doit pas être approuvé ni accordé lorsqu'une offre est en cours et lorsqu'il peut être interprété comme une demande ou un octroi d'un « avantage indu ». Afin de protéger les intérêts du client ainsi que ceux de Capgemini, veuillez vous assurer qu'aucun engagement n'est pris avant que la demande ne soit approuvée par le biais de la procédure établie par Ethique et Conformité et remplisse les conditions d'approbation.



3. LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Un conflit d'intérêts survient lorsque nos intérêts personnels - qu'ils soient financiers ou autres, qu'il s'agisse de nos propres intérêts ou de ceux de nos proches - pourraient influencer ou paraître influencer l'exercice objectif de nos devoirs et responsabilités professionnels. En termes simples, un conflit d'intérêts existe lorsqu'une personne *pourrait* abuser de sa position officielle à des fins privées. Les conflits d'intérêts peuvent conduire à des actes de corruption, lorsqu'une personne *abuse* de sa position pour obtenir des gains privés.

Il n'y a rien de mal à être confronté à un conflit d'intérêts - chacun d'entre nous a une vie en dehors de Capgemini. Ce qui importe, c'est d'être conscient(e) de l'existence du conflit d'intérêts réel, potentiel ou apparent et de le divulguer correctement.

Certaines situations courantes peuvent présenter des conflits d'intérêts réels, potentiels ou apparents :

- Lorsqu'une relation avec un partenaire commercial peut influencer ou sembler influencer notre loyauté envers les sociétés du Groupe ou notre capacité à prendre des décisions professionnelles dans l'intérêt du Groupe ;
- Lorsque l'utilisation des biens d'une société du Groupe ou des informations obtenues dans le cadre de notre activité professionnelle peut nous apporter, ou à l'un de nos proches, un avantage.

Les collaborateurs doivent révéler rapidement à leur manager toute situation présentant un conflit d'intérêts réel, potentiel ou apparent. Les managers doivent gérer cette révélation en suivant la procédure décrite dans la Politique relatives aux conflits d'intérêts du Groupe. En cas de doute ou d'incertitude quant à la gestion correcte d'un conflit potentiel, contactez votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité.

Les collaborateurs doivent prendre des décisions dans l'intérêt du Groupe, indépendamment de leurs intérêts personnels.

Afin d'identifier une situation de conflit d'intérêts, posez-vous les questions suivantes :

- Comment cette situation pourrait-elle être perçue par une personne extérieure à Capgemini ? Serais-je mal à l'aise si l'un de mes collaborateurs le savait ? Que ferais-je si j'apprenais qu'un membre de mon équipe se trouvait dans cette situation ?
- Pourrais-je obtenir un avantage d'un tiers du fait de la relation que moi, ou un de mes proches entretient avec ce tiers ?
- La situation est-elle susceptible d'affecter une décision que je pourrais prendre chez Capgemini ?
- Est-ce que je ressens un sentiment d'obligation en raison de ma relation avec le tiers ?
- Ma relation avec le tiers pourrait-elle sembler compromettre ma capacité à prendre une décision dans l'intérêt de Capgemini ?

Si la réponse à l'une des questions ci-dessus est « Oui » ou « Peut-être », vous vous trouvez dans une situation de conflit d'intérêts réel, potentiel ou apparent. Vous devez en informer votre manager.



Scénario pratique

L'un de vos proches travaille avec Capgemini dans un domaine de travail où vous avez une influence sur la décision, par exemple :

- Un proche travaille pour un fournisseur de Capgemini qui a récemment soumis une offre et votre manager vous demande de rejoindre l'équipe d'évaluation des offres.
- Un proche travaille pour un client de Capgemini et votre manager vous demande de rejoindre l'équipe commerciale pour convaincre le client de choisir Capgemini.

Vous devez impérativement signaler ces situations à votre manager, qui déterminera la marche à suivre. De façon générale, il est inapproprié d'avoir une influence ou un pouvoir décisionnaire dans une situation professionnelle impliquant l'un de vos proches. Si vous avez besoin de précisions, contactez votre Responsable local de l'Éthique et de la Conformité.

4. LA REPRESENTATION D'INTERETS - LOBBYING

La représentation d'intérêt (« lobbying ») peut être définie comme une activité destinée à influencer une décision publique et notamment le contenu d'une loi ou d'un acte réglementaire. Dans de nombreux pays comme la France, le lobbying est défini par la loi, soumis à des règles éthiques strictes et doit être déclaré dans un registre public si certaines conditions sont remplies.

Le lobbying est **interdit** sauf s'il est spécifiquement approuvé par le Directeur Général du Groupe. Toute activité exceptionnelle de lobbying menée au nom du Groupe doit être transparente, conformément à la législation applicable.

5. LA DILIGENCE RAISONNABLE À L'ÉGARD DES TIERS

Les tiers peuvent présenter un risque du point de vue de la lutte contre la corruption. Par exemple :

- un client pourrait solliciter un pot-de-vin ;
- les fournisseurs et les intermédiaires pourraient utiliser une partie de leurs honoraires pour verser un pot-de-vin au nom de Capgemini - même sans nous en informer ;
- un tiers peut être détenu par ou associé à une personne que Capgemini peut vouloir influencer, entraînant un conflit d'intérêts qui doit être identifié et résolu.

Les collaborateurs chargés d'engager ou de travailler avec des tiers, qu'il s'agisse de clients, d'intermédiaires ou de fournisseurs - tels les consultants, les sous-traitants et autres fournisseurs de biens et de services - doivent s'assurer que le tiers possède les qualifications requises et une solide réputation d'intégrité commerciale.



Nos procédures d'évaluation des tiers sont proportionnées aux risques de corruption potentiellement soulevés par ces tiers, tels qu'identifiés dans la cartographie des risques de corruption du Groupe, révisée de temps à autre. Le risque de corruption varie selon les juridictions, les secteurs d'activité, les tiers, la nature de la relation, l'ampleur et la complexité des transactions ainsi que l'identification des signaux d'alerte de corruption potentielle. Le niveau de diligence raisonnable tient compte de ces facteurs.

Tous les tiers doivent être contrôlés conformément à notre Politique de diligence raisonnable en matière de sanctions commerciales et anticorruption des tiers.

Scénario pratique

Vous souhaitez engager Y comme fournisseur. Que devez-vous faire ?

Vous devez effectuer les diligences raisonnables à l'égard du fournisseur conformément à la procédure.

Vous souhaitez répondre à un appel d'offres public (« RFP ») lancé par W en Malaisie. Que devez-vous faire ?

Vous devez faire mener les diligences raisonnables à l'égard du client conformément à la procédure.

Scénario pratique

Vous travaillez dans l'équipe des Ventes et vous cherchez des moyens d'acquérir de nouveaux marchés dans un secteur. Vous êtes contacté(e) par M. Y, un homme d'affaires connu dans le domaine, qui vous explique qu'il peut vous aider à gagner de nouveaux clients pour une « commission d'intermédiaire » - un pourcentage des nouvelles ventes. Comment pouvez-vous procéder ?

Vous devez respecter les règles du Blue Book sur les consultants et agents de vente. En outre, tous les tiers doivent être contrôlés conformément à notre Politique de diligence raisonnable à l'égard des tiers en matière de lutte contre la corruption et de sanctions commerciales. Vous y lirez que les agents commerciaux sont interdits sauf exceptionnellement approuvés par le Comité des Engagements (« *Group Review Board* ») et que les consultants commerciaux - engagés sur la base d'honoraires fixes - sont considérés comme présentant un risque élevé qui doit être évalué dans le cadre d'une diligence raisonnable renforcée. Notre Politique de diligence raisonnable en matière de lutte contre la corruption et de sanctions commerciales à l'égard des tiers fournit également des lignes directrices sur la surveillance des agents et consultants commerciaux ainsi que sur leurs obligations de déclaration.



Scénario pratique

Un client potentiel vous informe que vous remporterez un appel d'offres (« RFP ») si vous faites appel à une certaine entreprise ou un individu X comme sous-traitant pour le projet. Que devriez-vous faire ?

Bien qu'il puisse y avoir des raisons commerciales légitimes pour qu'un client demande un sous-traitant spécifique, une telle condition doit être considérée comme un signal d'alerte. La raison commerciale légitime de la condition et l'absence de conflit d'intérêts doivent être établies et documentées. Si la justification n'est pas claire ou si vous avez un doute, vous devez consulter votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité. Veuillez vous référer à notre Politique de diligence raisonnable à l'égard des tiers en matière de lutte contre la corruption et de sanctions commerciales pour trouver des recommandations supplémentaires.

Scénario pratique

Un chef d'entreprise a identifié un don qu'il souhaiterait faire à une fondation très réputée. L'obligation de diligence raisonnable à l'égard du tiers doit-elle être effectuée ?

Oui. Outre se conformer à notre Politique Anticorruption - voir la Section 2.2 sur les dons à des œuvres caritatives - tous les tiers doivent être contrôlés conformément à notre Politique de diligence raisonnable à l'égard des tiers en matière de lutte contre la corruption et de sanctions commerciales. Vous y lirez que les bénéficiaires de dons caritatifs sont considérés comme présentant un risque élevé qui doit être évalué dans le cadre d'une diligence raisonnable renforcée. Vous y trouverez également des lignes directrices sur la surveillance des tiers et la mise à jour périodique de la diligence raisonnable.

6. JOINT-VENTURES, CONSORTIUMS ET FUSIONS ET ACQUISITIONS

Les *joint-ventures*, les consortiums et les fusions et acquisitions sont des opérations stratégiques qui représentent des risques importants. La responsabilité des sociétés du Groupe peut éventuellement être engagée pour des actes de corruption commis par leurs partenaires d'une *joint-venture* ou un consortium, de même que par les sociétés qu'elles ont acquises.

Il est essentiel de réaliser les audits et vérifications anticorruption à l'égard des partenaires et des entreprises cibles avant tout engagement dans une coentreprise, un consortium, une fusion ou une acquisition - ou, si les circonstances l'exigent, immédiatement après.

Veuillez-vous référer aux procédures établies pour les fusions et acquisitions et aux lignes directrices du consortium.



7. SIGNALER LES MAUVAIS COMPORTEMENTS - SPEAKUP

Tout collaborateur qui, de bonne foi, a connaissance d'un fait de corruption est encouragé à le signaler par le biais de la procédure d'alerte dénommée « [SpeakUp](#) ».

La SpeakUp une plateforme d'assistance web et téléphonique confidentielle, gérée par un prestataire indépendant, mise à la disposition des collaborateurs, fournisseurs, clients et partenaires commerciaux des sociétés du groupe Capgemini.

L'objectif de SpeakUp est de permettre de signaler des préoccupations et de demander de l'aide ou des conseils concernant la fraude, le harcèlement sur le lieu de travail, les pratiques de corruption, les conflits d'intérêts, la concurrence déloyale et d'autres comportements qui ne sont pas conformes à nos sept Valeurs ou à notre Code d'Ethique des affaires.

Dans certains pays, la plateforme d'assistance SpeakUp ne peut être utilisée que pour signaler des violations présumées dans un nombre plus limité de domaines. Pour connaître les domaines des problèmes pouvant être signalés dans votre pays, veuillez-vous référer à la Politique SpeakUp ou contacter votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité.

L'utilisation de la plateforme d'assistance SpeakUp est entièrement volontaire. Pour rappel, la procédure habituelle pour signaler une violation potentielle est de vous adresser directement à votre manager, à [votre Responsable local de l'Ethique et de la Conformité](#) ou à un représentant du Département des Ressources Humaines.

Lorsque vous estimez ne pas pouvoir suivre la procédure habituelle pour signaler un cas possible de violation, le recours à la [plateforme d'assistance SpeakUp](#) est recommandé. Vous pouvez également l'utiliser pour poser une question.

Le Groupe interdit toutes les représailles contre un collaborateur qui signalerait de bonne foi un manquement aux règles ou aux lois, même si l'accusation s'avérait par la suite non fondée. Agir de bonne foi signifie agir sans intention malveillante ni malhonnêteté. Signaler de fausses informations en connaissance de cause ne sera pas toléré.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, de la transformation numérique, des services technologiques et d'ingénierie. À la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de plus de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte aujourd'hui 270 000 collaborateurs présents dans près de 50 pays. Avec Altran, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires combiné de 17 milliards d'euros en 2019. Plus d'informations sur www.capgemini.com



People matter, results count.